



## **SALUMI e INSACCATI**

Percorso di lettura aggiornato al n. 10/05 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

Il presente documento può essere scaricato in versione **elettronica** e **interattiva** all'indirizzo:  
[www.largoconsumo.info/102005/PL-1005-011.pdf](http://www.largoconsumo.info/102005/PL-1005-011.pdf)

### **ARGOMENTI CORRELATI:**

Sul tema della **SICUREZZA, CERTIFICAZIONE E TRACCIABILITA' DELL'AGROALIMENTARE** nel largo consumo, è disponibile il **Percorso di lettura** [PL-0905-014.PDF](#)

Sul tema del **PRODOTTI TIPICI E PRODUZIONI LOCALI** è disponibile il Percorso di lettura [PL- 1005-009.PDF](#)

### **IN APPENDICE:**

Esempi significativi di **COMUNICAZIONE D'IMPRESA** e di **PUBBLICITÀ** di Aziende e Organismi attivi nei mercati considerati in questo Percorso di lettura

### **LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO:**

#### **Largo Consumo**

#### **Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo**

Mensile fondato nel 1980 e diffuso esclusivamente in abbonamento, i cui contenuti giornalistici si sviluppano in forma di inchieste, studi e articoli vari inerenti tutti i momenti della filiera dei beni mass market, food e non food., dalla produzione, alla distribuzione, al consumo finale, compresi i servizi, le strutture e i sistemi collegati.

#### **Mercato Italia - Agroalimentare**

I **risultati finanziari** delle principali imprese nazionali, la **produzione** industriale e le **esportazioni**, i **consumi** interni e principali **competitor** internazionali di questo comparto.  
Supplemento a *Largo Consumo* 4/2005

#### **Mercato & Imprese**

#### **Opinioni e prospettive dall'industria del largo consumo**

Ogni anno, Mercato & Imprese ospita interviste ad alcuni fra i più accreditati esponenti di aziende di primo piano dell'industria alimentare e grocery non food. I **contenuti giornalistici** sono sviluppati in forma di interviste, tante quanti sono i settori merceologici presi in esame nel fascicolo. Al manager intervistato viene chiesto, in esclusiva per il proprio mercato di appartenenza, di fornire una rappresentazione dell'andamento del comparto, forte della propria esperienza professionale e del posizionamento della propria azienda. Ogni intervista è affiancata da una scheda mercato a cura della redazione, che riporta i principali indici del settore come i volumi e i valori della produzione industriale, le tipologie produttive, l'import/export, il rank dei produttori e marche, investimenti, consumi, ecc.

### **I CONTENUTI EDITORIALI:**

*Largo Consumo* 10/2005 pg.55

#### **Salumi nazionali, risultati dall'estero**

Salumi: La salumeria italiana ha fatturato...mld di euro nel 2004, con una crescita dell'export(...%) per un giro d'affari di...mln. Le esportazioni registrano il boom di prosciutto cotto (...%), salami(...%)e bresaola(...). Ai risultati ha contribuito la politica di ...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 10/2005 pg.43

### Salumi sotto traccia

Filiere: Norme di legge, regolamenti europei, disciplinari di autocontrollo: dall'allevamento alla tavola c'è un filo conduttore che vigila sulla sicurezza degli alimenti di cui ci nutriamo. Almeno sulla carta.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:** -

- [Il comparto dei salumi in cifre: 2004](#)

- [La rintracciabilità dei prodotti alimentari: obblighi e facoltà durante il processo](#)

**Citati:**

Amendola Francesca, Ass. ind.li delle carni (Assica), Basso Mauro, Beretta, Certquality, Citterio, Cons. del Prosciutto di Parma, Cons. del Prosciutto di San Daniele, Ente naz.le ita.no unif.ne (Uni), Federalimentare, Gatti Augusto, Grandi salumifici italiani, Istituto Nord Est Qualità (Ineq), Istituto Parma Qualità (Ippq), Levoni, Neuroni, Pio Tosini, Raspini, Sgs Italia, Sincert, Sinfo Pragma, Staz.Spe.le ind.cons.aliment. (Ssica), Tuv Italia.

Articolo

*Largo Consumo 9/2005 pg 47*

### **Food processing in rassegna**

Fiere e mercati: ecco un quadro del settore, che vedrà i propri operatori presenti a Cibus Tec, ormai quasi in fase di apertura a Parma. I dati di produzione, import, export dei diversi comparti.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Box: All'insegna delle novità - Cibus Tec

- [Le tecnologie e le attrezzature per i prodotti alimentari \(in milioni euro\)](#)

Articolo

*Largo Consumo 9/2005 pg.147*

### **Latterie Virgilio, conferme non solo dal burro**

Il Consorzio latterie Virgilio ha ricavato ... milioni di euro (+...%) sul 2003. L'azienda è il primo produttore italiano di burro (% di share). I ricavi da stagionatura e confezionamento di formaggi sono cresciuti del ...% (il ...% venduto all'estero). Virgilio occupa il ...° e ...° posto nella vendita di Grana Padano e Parmigiano Reggiano. Virgilio è attiva anche nella macellazione e stagionatura di prosciutti, attività cresciuta del ...% nel 2004. Altri progressi vengono dal 1° q. del 2005: +...%...Continua...

Notizia

*Largo Consumo 9/2005 pg 141*

### **Il marketing di Rovagnati si rinnova**

Stefano Bertini è il nuovo direttore marketing della azienda di salumi e gastronomia Rovagnati. Il neoletto ha maturato esperienze professionali inel gruppo Italia Salumi, dove si è occupato di lanciare le preparazioni gastronomiche a base di prosciutto, e nella Fiorucci di Roma. Bertini affiancherà ...(continua)

Notizia

*Largo Consumo 9/2005 pg 141*

### **Novità per il Consorzio del Prosciutto di Parma**

Il Consorzio del Prosciutto di Parma ha un nuovo presidente: Stefano Tedeschi. Il neoletto lavora in Alcisa dal 1978 e vanta significative esperienze professionali: diversi anni di vice-presidenza presso il Consorzio del Prosciutto di San Daniele e la presidenza di ISIT, l'Istituto Salumi Italiani Tutelati che coordina varie attività dei Consorzi della salumeria. Il nuovo consiglio d'amministrazione si prefigge ... (continua)

Notizia

*Largo Consumo 9/2005 pg 147*

### **Fiorucci: via libera all'acquisizione americana**

L'Auntitrust ha dato il via libera all'operazione con cui Vestar Capital Partners acquisisce Cesare Fiorucci, l'azienda di Pomezia (Roma) che produce e commercializza salumi e altre specialità gastronomiche. L'operazione, cui ha partecipato anche parte del management con circa il ...% dell'investimento complessivo, è valsa è valsa ... milioni di euro. L'azienda ha fatturato nel 2004... (continua)

Notizia

*Largo Consumo 9/2005*

### Qualità sul palcoscenico

Alimentare: Operatori a confronto su dop, igp, buona tavola, cucine tipiche e territoriali. L'elemento focale è l'alto livello degli alimenti su cui si sono misurati i massimi esperti mondiali. I temi salienti di questo titolo sono sintetizzati nel [Largo Consumo in Flash](#) di questo mese.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [I prodotti agroalimentari con marchi Dop e Igp divisi per Paese](#)

- [I prodotti italiani con marchi Dop e Igp divisi per categoria](#)

- [L'andamento dei ricavi dell'agricoltura degli stati membri dell'Europa a 15: 2003-2004 \(in %\)](#)

Articolo pubblicato su [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

*Largo Consumo 7-8/2005 pg 23*

### **Il food & drink si mostra al mondo**

Fiere e mercati: L'occasione è Anuga, la più importante fiera internazionale del settore, che si svolge ogni due anni in Germania. In vista della sua apertura, ecco come si presenta l'industria alimentare italiana. I temi salienti di questo titolo sono sintetizzati nel [Largo Consumo in Flash](#) di questo mese.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [L'export dell'industria alimentare e del totale Italia: 2001-2004 \(in %\)](#)

- [L'export alimentare italiano per comparti: 2004 \(Vino, Dolciario, Pasta...\)](#)

- [La produzione dei salumi in Italia: 2003-2004 \(in tonn. e in %\)](#)
- [Le esportazioni nell'industria carni preparate per comparti: 2004 \(in mln e in %\)](#)
- [Le esportazioni italiane nel settore enologico: 2004 \(in mln di euro e in %\)](#)
- [Il settore dell'olio di oliva in Italia: 2004 \(in .000 di tonn\)](#)
- [Le esportazioni di olio: 2004 \(in mln e in %\)](#)
- [Le principali destinazioni dell'industria olearia italiana: 2004 \(in mln di euro\)](#)
- [Il settore della pasta secca e fresca: 2004](#)
- [Le principali destinazioni dell'export dell'industria pastaria: 2004 \(in mln e in %\)](#)
- [Le principali destinazioni dell'export italiano di formaggi: 2004 \(in mln e in %\)](#)

Articolo

*Largo Consumo 7-8/2005 pg 119*

#### **San Daniele in radio con Mc-Cann**

Campagna pubblicitaria: sarà declinata su radio la nuova campagna del Consorzio del Prosciutto di San Daniele, con creatività di McCann-Erickson, che sarà destinata a sottolineare tradizione, salubrità e rintracciabilità del prodotto. L'investimento in comunicazione per il 2005 è di ...Continua...

Breve

*Largo Consumo 7-8/2005 pg 151*

#### **Conferma del Consorzio Mortadella**

Profili e carriere - Francesco Veroni è stato confermato, per il terzo mandato consecutivo, presidente del Consorzio Mortadella Bologna. Veroni, AD della "Fratelli Veroni fu Angelo Spa", nel 2001 è stato uno dei soci fondatori del Consorzio Mortadella Bologna. Partito con 28 aziende, il consorzio si compone oggi di 30 aziende...(continua)

Notizia

*Largo Consumo 7-8/2005 pg 56*

#### **Si vendono più zampone e cotechino modenese igp**

Nel 2004 è ancora aumentata la produzione di Zampone e cotechino modenese. Il Consorzio di tutela indica un totale di ... kg prodotti, con un incremento complessivo pari all'...%, corrisponde al +...% per lo zampone e al +...% per il cotechino. I prodotti non sembrano aver sofferto della crisi, e anzi le vendite sono aumentate del ...%, pari a un mercato da ... milioni.

Notizia

*Largo Consumo 7-8/2005 pg 56*

#### **Mortadella Bologna un quinto è igp**

Aumenta la produzione di Mortadella bolognese a marchio igp, che ha superato nel 2004 le ... tonnellate, pari al ...% della produzione totale di mortadella. Il valore complessivo di questa produzione tipica è di ... milioni, il ...% dei quali ricavati dall'estero.

Notizia

*Largo Consumo 6/2005 pg 18*

#### **Equinox Invest.-Società partecipazione alimentari (Citterio)**

Fusioni e acquisizioni: Equinox Invest. ha acquisito il ...% di Società partecipazione alimentari, che controlla le attività industriali della famiglia Citterio. Equinox Invest. controlla già D.Lazzaroni & C, Biorigin e Antica Pasteria.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [Le principali operazioni di M&A 10/04-02/05](#)

Breve

*Largo Consumo 6/2005 pg 18*

#### **Vestar Capital Partner-Cesare Fiorucci**

Fusioni e acquisizioni: Vestar Capital Part. ha perfezionato l'acquisto di Cesare Fiorucci, produttore di salumi e specialità gastronomiche per ... mln di euro...Continua...

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Le principali operazioni di M&A 10/04-02/05

Breve

*Largo Consumo 6/2005 pg 43*

#### **Ricca preda per i Cacciatori**

Salumi: I Salami italiani alla Cacciatora hanno ottenuto la DOP e sono tutelati dal Consorzio Cacciatore. La sua connotazione di salame pronto al consumo, dalle dimensioni ridotte e caratterizzato da carne magra di suino ne fa prevedere un positivo trend di consumo, perché coerente con le moderne abitudini alimentari di pasti leggeri, veloci ma gratificanti. I temi salienti di questo titolo sono sintetizzati nel [Largo Consumo in Flash](#) di questo mese.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [Il consumo di salami in Italia: 2004](#)

- I salumi italiani a marchio DOP

- I salumi italiani marchio Igp

#### **Citati nel servizio:**

Persone: Mirco Contò, Giancarlo Crippa, Roberto Ferraguti, Andrea Franchi, Sandro Gozzi, Stefano Zavagli.

Aziende e Istituzioni: AcNielsen, Assica, Consorzio cacciatore, Fratelli Beretta, Golferia, Ministero delle Politiche agricole e forestali, Montorsi F&F, Salumificio di Cornuda, Salumeria Francesco Franchi.

Articolo pubblicato [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

*Largo Consumo 6/2005 pg 55*

### **Bene l'export del Prosciutto di Parma**

Il Prosciutto di Parma conferma l'export positivo. I dati 2004 del Consorzio indicano in .... i pezzi marchiati, ....in più e il + ..% sul 2003, con un mercato italiano che assorbe l'....% della produzione e un export al ....%.

Breve

*Largo Consumo 6/2005 pg 155*

### **Atlante dei prodotti tipici (e non solo) della provincia di Torino**

Segnalazione del volume: Un'opera unica nel suo genere, offre una "summa" di tutto il patrimonio tradizionale di produzioni agroalimentari del territorio torinese.

Notizia

*Largo Consumo 5/2005 pg 56*

### **Speck altoatesino, polo di eccellenza**

Bilancio positivo per le 35 aziende produttrici di speck altoatesino di marca, tra cui le 22 aderenti al Consorzio speck Alto Adige. 1000 gli occupati che corrispondono al...% di quelli del settore alimentare su scala locale. Lavorano ogni anno...mln di cosce di maiale, di cui il...% a marchio igp, produzione quasi raddoppiata negli ultimi 10 anni.

Breve

*Largo Consumo 5/2005 pg 56*

### **Emilia Romagna in testa nei prodotti dop**

Vale quasi ... miliardi di euro il paniere dei prodotti tutelati Dop e Igp Italiani . Il ...% del valore è concentrato da Parmigiano reggiano, Prosciutto di Parma e San Daniele e Grana Padano. L'Emilia Romagna concentra il ...% del valore del mercato degli alimentari d'eccezione.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Le maggiori regioni italiane di Dop e Igp (in % sul valore al consumo)

Notizia

*Largo Consumo 5/2005 pg 131*

### **Salumi in fabbrica**

Carni trasformate: Dalle pompe da sacco alle imbustatrici sottovuoto, dalle macchine per asciugatura-stagionatura ai pallet e bancali, fino alla pesatura. La logistica delle carni trasformate è molto complessa, sia per la varietà dei fornitori di attrezzature, sia perché sono pochi i produttori che gestiscono in proprio tutta la filiera, e quindi è necessaria l'integrazione coi fornitori a monte.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo**

- Box: L'identikit di Assica (l'Associazione industriali delle carni)

- [I numeri del settore dei salumi \(aziende, addetti, fatturato, import/export\) in unità e in valore](#)

Articolo

*Largo Consumo 4/2005 pg 54*

### **Erga Omnes al Cacciatore dop**

Il Consorzio Cacciatore dop ha oggi più poteri di tutela e valorizzazione grazie all'erga omnes, riconosciuto dal Ministero delle Politiche agricole con decreto del 13 gennaio scorso.

Notizia

*Mercato Italia Agro 4/2005 pg 10*

### **I consumi alimentari delle famiglie italiane: 2003**

spesa (peso %, var.% 2003/00, var.% 2003/02), volume (incidenza, var.% 2003/00, var.% 2003/02), prezzo medio (var.% 2003/00, var.% 2003/02) relativo ai comparti: ortofrutta, lattiero- caseario, carni, salumi e uova, pasta e riso, pane e simili, prodotti ittici, dolci, oli e grassi, vino e spumanti, zucchero ecc...

Tabella

*Mercato Italia Agro 4/2005 pg 12*

### **La dinamica della spesa alimentare per canale di vendita: 2003-2000**

Totale Italia, iper+ super, liberi servizi, dettaglio tradizionale var.2003/00, discount, ambulanti, altri canali relativi ai comparti: ortofrutta, lattiero- caseario, carni, salumi e uova, pasta e riso, pane e simili, prodotti ittici, dolci, oli e grassi, vino e spumanti, zucchero ecc...

Tabella

*Mercato Italia Agro 4/2005 pg 58*

### **I risultati delle principali imprese agroalimentari in Italia: 2002-2003: salumi**

Il fatturato e il valore aggiunto in mln di euro, il valore aggiunto sul fatturato, gli utili/perdite di esercizio, il numero di dipendenti e il fatturato per dipendente relativo ad aziende di settore con un fatturato compreso tra i 264 e i 5 milioni di euro.

Tabella

*Mercato Italia Agro 4/2005 pg 16*

### **La produzione dell'industria alimentare per gruppo di prodotti: 1997- 2003 (var.% su volumi anno precedente)**

Gruppi di prodotti considerati: carne e derivati, lavoraz.conserv.pesce, frutta e ortaggi, oli e grassi veget-anim, ind.lattiero-casearia, granaglie e amidacei, prodotti alim.animale, altri prodotti alim., bevande.

Tabella

*Largo Consumo 3/2005 pg. 59*

### **Mortadella igp: Consorzio "erga omnes"**

Il consorzio Mortadella di Bologna, che dal 2001 tutela la produzione Igp del celebre salume, ha ottenuto col decreto 68413 del 2004 il riconoscimento erga omnes, con cui ottiene più poteri di controllo e valorizzazione del prodotto.  
Breve

*Mercato e Imprese* 2/2005 pg.72

#### **Strategie di alleanza**

*Mercato & Imprese* ha interrogato Alberto Severi, vicepresidente e amministratore delegato di Grandi salumifici italiani, sulle dinamiche che stanno interessando il settore dei salumi.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Dimensione e trend del mercato totale dei salumi 2002-2003-2004: vendite a volume, a valore, allocazione geografica dei consumi per area AcNielsen, peso specifico dei canali per quota di vendita (Iper+Super, libero servizio, Discount, vendita assistita). Rank dei primi 6 produttori/marche.
  - Dimensione e trend del mercato del prosciutto crudo 2002-2003-2004: Vendite a volume, a valore, allocazione geografica dei consumi per area AcNielsen, peso specifico dei canali per quota di vendita (Iper+Super, libero servizio, Discount, Vendita assistita).
  - Dimensione e trend del mercato del prosciutto cotto+spalla Pi+Pv 2002-2003-2004: Vendite a volume, a valore, allocazione geografica dei consumi per area AcNielsen, peso specifico dei canali per quota di vendita (Iper+Super, libero servizio, Discount, Vendita assistita).
  - Dimensione e trend del mercato del prosciutto di salumi: famiglie consumatrici in migliaia per macro regioni italiane, penetrazione % su universo e peso dei bassi e alti consumatori.
  - Dinamiche dalla produzione, import ed export in quantità e in valore
  - Produzione e consumo apparente, in percentuale sul segmento, di prosciutto cotto, prosciutto crudo, mortadella/würstel, salame, bresaola e altri salumi
- Articolo

*Largo Consumo* 2/2005 pg. 25

#### **Innovazione nel packaging**

Salumi: confezioni trasparenti in atmosfera modificata, con saldature ermetiche e impiego di materiali d'avanguardia: la tecnologia oggi permette di soddisfare tutte le esigenze dei consumatori.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Gli imballaggi utilizzati per i salumi nell'anno 2002 (in % sul volume)
  - La crescita dei salumi preaffettati in Italia: 2004 (in %)
  - Il mercato dei salumi preaffettati in Italia: 2004
- Articolo

*Largo Consumo* 12/2004 pg. 162

#### **Salumi Fiorucci verso la Borsa telematica**

Ricavi nel 2003 per ...mln di euro e utili per...mln di euro. Fiorucci ha fatto ufficialmente richiesta di poter essere ammessa alla quotazione delle proprie azioni ordinarie al mercato telematico della Borsa Italiana, nel segmento Star. Dovrà ora aspettare il nullaosta della Consob alla pubblicazione del prospetto informativo.  
Notizia

*Largo Consumo* 12/2004 pg. 79

#### **Ok allo statuto del Parma**

Approvato il nuovo statuto del Consorzio del Prosciutto di Parma. E' il risultato di due anni di trattative per conciliare gli interessi di tutte le componenti della filiera, allevatori, macellatori, stagionatori e confezionatori. Il nuovo testo è ispirato ai criteri...continua...  
Notizia

*Largo Consumo* 12/2004 pg 132

#### **Trasporti in sicurezza**

Gestione: Emergono in primo piano elementi come l'ecocompatibilità, la riduzione dell'impatto, la tutela dei lavoratori e del territorio: ecco cosa possono fare le procedure di certificazione.  
Articolo

*Largo Consumo* 11/2004 pg. 81

#### **Vende sempre di più il Parma in vaschetta**

I primi sette mesi del 2004 registrano un...%, pari a...kg e...confezioni vendute. Il trend è positivo sia per l'Italia, il cui mercato cresce del...%, sia per l'estero, il...% netto con ...kg e...confezioni. Il perma in vaschetta oggi rappresenta...continua...  
Notizia

*Largo Consumo* 10/2004 pg. 77

#### **Analisi sensoriale per lo speck Alto Adige**

Il Consorzio Speck Alto Adige igp ha introdotto un nuovo panel test. Si tratta di uno schema di valutazione sensoriale introdotto come elemento di controllo per la tutela del prodotto, per evitarne i difetti. Il nuovo strumento di controllo è destinato dunque...continua...  
Notizia

*Largo Consumo* 10/2004 pg 26

#### **Sfida al Prosciutto di Parma**

Sebbene le quantità commercializzate siano in aumento, la comunicazione e la garanzia della qualità diventano indispensabili per difendere una leadership storica nell'ambito dei crudi.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Il prosciutto di Parma in cifre
- Le vendite di prosciutto di Parma per area: 2003 (in % e in valore-Indice: Italia= 100)
- Le quote del crudo nel retail: 2003 (in % sul volume)
- Le stime della produzione di crudi in Italia (in %)

Articolo

*Largo Consumo 7/2004 pg 113*

**Aperto a Langhirano il Museo del Prosciutto**

E' attivo, all'ex Foro Boario di Langhirano (Pr), il Museo del Prosciutto e dei Salumi. Il programma dell'inaugurazione è stato ricco e articolato perché, oltre alle autorità comunali e provinciali...continua...

Notizia

*Largo Consumo 7/2004 pg 61*

**Protetti dalla dop anche i cacciatorini**

Anche i salamini alla cacciatora sono entrati a far parte del gruppo delle specialità della salumeria nostrana protette dal marchio dop. Con 25.000 tonnellate annue, è oggi il secondo dei salumi nella classifica della produzione in Italia e risultano 35 le aziende che finora hanno deciso di aderire al Consorzio, compresi i più importanti gruppi italiani.

Notizia

*Largo Consumo 7/2004 pg 61*

**Speck Alto adige: il Consorzio vara i contributi**

Il Consorzio Speck Alto Adige ha gettato le basi per il futuro della propria azione programmatica, approvando il nuovo regolamento dei contributi consortili. Oltre al contributo base è previsto un bonus per...continua...

Notizia

*Largo Consumo 6/2004 pg 73*

**Dop e igp, gestione sotto analisi**

La società Agri 2000 ha condotto delle ricerche su alcune denominazioni territoriali come i salumi piacentini Dop e la pera Igp dell'Emilia Romagna, da cui emergono i costi medi per l'attività dell'ente di certificazione e per la lotta alle contraffazioni. Al riguardo, si calcola che per ogni qle di Parmigiano Reggiano ve ne siano ... fittizi e... Continua...

Notizia

*Largo Consumo 6/2004 pg 71*

**Senfter si mangia Gasser**

Luis Gasser, uno dei principali produttori di speck altoatesino, è stato acquisito da Senfter di San Candido, gruppo consociato alla pari con Unibon Salumi scarl di Italia Salumi. Il fatturato Gasser ha raggiunto nel 2003 oltre...mln di euro; l'azienda, che impiega 230 dipendenti nei due stabilimenti di Chiusa e di Matrei (Austria), produce speck, wurstel, prosciutti cotti e altre specialità altoatesine.

Notizia

*Largo Consumo 6/2004 pg 73*

**Dop e igp, gestione sotto analisi**

La società Agri 2000 ha condotto delle ricerche su alcune denominazioni territoriali come i salumi piacentini Dop e la pera Igp dell'Emilia Romagna, da cui emergono i costi medi per l'attività dell'ente di certificazione e per la lotta alle contraffazioni. Al riguardo, si calcola che per ogni qle di Parmigiano Reggiano ve ne siano ... fittizi e... Continua...

Notizia

*Largo Consumo 6/2004 pg 41*

**Prosciutto cotto con servizio**

Il mercato degli elaborati rallenta a valore, ma mantiene un grosso appeal come dimostrano gli orientamenti delle aziende, tesi alla diversificazione del target e alla continua innovazione.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Le vendite nel trade moderno degli elaborati di cotto per aree geografiche: 2003 (in %)

Articolo

*Largo Consumo 5/2004 pg 35*

**All'insegna dell'innovazione**

Salumi: Maggiore contenuto di servizio, espansione dei preaffettati a self-service, restyling del packaging e miglioramento della tecnologia di confezionamento: ecco gli ingredienti principali di un successo.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- consumo apparente di salumi: 2002
- trend di alcuni salumi d'asporto (in %sul volume)
- trend innovativo
- La produzione di salumi:2002

Articolo

*Largo Consumo 3/2004 pg 78*

**Bilancio positivo per il Consorzio Prosciutto di Parma**

Aumenta la produzione del Consorzio Prosciutto di Parma: un record in particolare per le vendite di preaffettato. Il 2003

ha raggiunto un totale di...prosciutti, con ...prosciutti in più, per un incremento del...% rispetto al 2002. Il valore alla produzione è così passato da...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 3/2004 pg 31

### **Nel regno dei prosciutti**

Parliamo, ovviamente, di san Daniele del Friuli, patria di un crudo prestigioso, insignito della dop. Il fatturato è in crescita e la grande distribuzione è ora un cliente di rilievo.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Il trend di sviluppo produttivo del San Daniele: 1996-2002(in %)

Articolo

*Largo Consumo* 2/2004 pg 131

### **Successo giapponese per l'enogastronomia italiana\*\***

Lo scorso mese di dicembre, a Tokyo, si è svolta un'importante iniziativa per la promozione dell'enogastronomia italiana in Giappone. Infatti in 22 ristoranti e in 30 punti di vendita, presentati 4 prodotti italiani: Prosciutto di Parma, Parmigiano Reggiano, Chianti classico, pasta.

Notizia

*Largo Consumo* 1/2004 pg 53

### **Parma in vaschetta: boom senza confini\*\***

esportazioni pari a 19 milioni di vaschette

Notizia

*Largo Consumo* 1/2004 pg 163

### **Ecoefficienza in acqua**

Gestione: Se nell'industria in generale si fa ancora poco per il risparmio idrico, nel settore agroalimentare non mancano le iniziative orientate a questo scopo, con risvolti economici anche interessanti.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

-Il risparmio idrico nel caso dei salumifici (analisi del ciclo produttivo e degli utilizzi idrici)

-Una stima dei reflui nel settore agroalimentare: 2002 (in mgl di mc)

Articolo

## **LA PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE DI IMPRESA:**

*Largo Consumo* 9/2005 pg.38

### **Grandi salumifici italiani**

1/1Qc- Casa Modena, Senfter e Unibon firmano le più note e autentiche specialità della salumeria italiana. Dall'unione di questi tre marchi, nasce una grande opera d'arte gastronomica: Grandi Salumifici Italiani. Un gruppo che oggi custodisce e porta avanti le nostre migliori tradizioni.

Pubblicità – "[Tabellare](#)"

*Largo Consumo* 6/2005 pg.38

### **Consorzio Cacciatore**

Salumi: salamini italiani alla cacciatora. Sono ben 42 le aziende associate al Consorzio Cacciatore. La qualità garantita dal disciplinare di produzione del Consorzio approvato dall'Unione Europea e solo le aziende che ne osservano rigorosamente tutte le direttive possono produrre il cacciatore DOP: perché se cacciatori si nasce, DOP si diventa.

Pubblicità – "[Tabellare](#)"

*Largo Consumo* 7/2005 pg.33

### **Salumificio Scarlino - Una forte strategia di marca per riconfermare Scarlino protagonista nei wurstel.**

Focus: Protagonista nel mercato dei wurstel, all'insegna di specializzazione e innovazione, Scarlino ha deciso di varare una forte strategia di marca, per diventare sempre più brand di riferimento nel mercato italiano.

Comunicazione di impresa – Serie "[I Focus](#)"

*Largo Consumo* 2/2005 pg.30

### **Capitelli F.III**

I profili: forte di una profonda esperienza nella salumeria di qualità, l'azienda si è specializzata nel prosciutto cotto di alta gamma. Il suo fiore all'occhiello è il "San Giovanni", frutto di un'esclusiva ricetta tradizionale.

Comunicazione di impresa – Serie "[I Profili](#)"

*Mercato e Imprese* 2/2005 pg 109

### **Grandi Salumifici Italiani**

Le schede aziendali: Nata l'1 gennaio 2001 da una joint venture paritetica tra Senfter spa e Unibon Salumi scarl, in questi anni Italia Salumi ha saputo sviluppare la propria strategia di multispecialista industriale per mezzo della qualificazione produttiva garantita dalla presenza delle "Case Madri" sui territori eletti della migliore salumeria italiana, unita a economie di scala e a un sistema di garanzie che solo una grande industria alimentare può offrire.

Comunicazione d'impresa – "[Le schede aziendali](#)"

*Mercato Italia Agro* 4/2005 pg. 91

### **Salumificio Trentino**

La produzione dell'azienda comprende tutta la gamma della salumeria italiana nella linea al taglio, le specialità della regione Trentino e i prodotti a libero servizio inclusa la linea in atmosfera protettiva. La completezza

dell'assortimento e la qualità dei prodotti consentono al Salumificio Trentino di presentarsi al mercato nazionale ed europeo con successo.

Comunicazione d'impresa – "[Le schede aziendali](#)"

Largo Consumo 10/2004 pg 29

[Consorzio Prosciutto di Parma : "i giorni della corona" nelle città del nord](#)

Spot: Le promozioni del consorzio si spostano al Nord, coinvolgendo oltre 400 pdv di Genova, Imperia, La Spezia, Savona, Verona, Treviso.

Comunicazione di impresa – Serie "[Gli Spot](#)"

Largo Consumo 7/2004 pg 64

[Vismara: al cotto e Wispy- i leggeri di Vismara](#)

Spot: L'azienda lancia *Al cotto e Wispy*, i nuovi wurstel caratterizzati dalla leggerezza e dal gusto delicato. Anche loro partecipano alla raccolta punti "Vismaraviglie"

Comunicazione di impresa – Serie "[Gli Spot](#)"

Largo Consumo 5/2004 pg.37

[Arena Holding: gusto, qualità e tradizione esaltano le specialità del Salumificio Marsilli](#)

Focus: l'acquisizione del Salumificio Marsilli dimostra quanto l'esaltazione del patrimonio alimentare e gastronomico italiano continui ad essere il valore chiave del gruppo Arena

Comunicazione di impresa – Serie "[I Focus](#)"

Largo Consumo 4/2004 pg 136

[Consorzio produttori bionature: Con Del Campo la sicurezza di mangiare carne italiana al 100%](#)

Focus: Con del Campo, il Consorzio garantisce ai consumatori la sicurezza delle carni avicole al 100% italiane, aderendo al Consorzio produttori italiani e a Legambiente

Comunicazione di impresa – Serie "[I Focus](#)"

Largo Consumo 3/2004 pg.35

[Testa e Molinaro: crudi senza fretta dal 1941 secondo tradizione](#)

Focus: Il delicato processo della stagionatura è per l'azienda di san Daniele del Friuli il pilastro portante di una filosofia produttiva che si basa sull'arte della lentezza per raggiungere la qualità.

Comunicazione di impresa – Serie "[I Focus](#)"

Largo Consumo 3/2004 pg.33

[Sicurezza, qualità ed esclusività: i plus di Principe San Daniele](#)

Focus: L'azienda è una delle principali realtà della salumeria italiana grazie al binomio tradizione/avanguardia che l'ha portata a raggiungere una qualità di eccezione. Ne è un esempio la linea San Daniele

Comunicazione di impresa – Serie "[I Focus](#)"